

Kopf des Tages

Sie soll es für Boris Johnson richten

Liz Truss Als britische Handelsministerin hat sie keinen einfachen Job – schon gar nicht unter diesem Premier.

Alexander Mühlauer

Am Wochenende war Liz Truss in einem Bioladen in Norfolk. Sie kaufte dort frische Eier, liess sich fotografieren und postete das Bild auf Twitter. Dazu schrieb sie: «Grossartiges britisches Essen». Nun ist es an sich nichts Besonderes, dass eine Politikerin in ihrem Wahlkreis lokal hergestellte Lebensmittel vor die Kamera hält. Doch Truss ist nicht irgendeine Abgeordnete im Londoner Unterhaus, sie ist Handelsministerin und hat als solche mit dem wachsenden Unmut britischer Landwirte zu kämpfen.

Die Angst, dass Grossbritannien nach dem Brexit von Billigprodukten aus den USA und anderen Staaten überflutet wird, ist unter den Farmern gross. Truss muss dieser Furcht entgegenreten und andererseits den britischen Markt für all jene Länder

öffnen, die jetzt mit London ins Geschäft kommen wollen. Kein einfacher Job, schon gar nicht unter Premierminister Boris Johnson.

Der Regierungschef lässt keine Gelegenheit aus, von einem «Global Britain» zu schwärmen. Geht es nach ihm, soll Grossbritannien nach Jahrzehnten des Winterschlafs als souveräne Nation wieder erwachen und der Welt zeigen, wie Freihandel funktioniert. Doch während Johnson so tut, als würden die USA, Japan und andere Staaten nur darauf warten, mit dem Vereinigten Königreich Handelsverträge zu schliessen, stellt Truss fest: So einfach ist das nicht.

Kürzlich erklärte etwa der US-Handelsbeauftragte, dass ein Abkommen mit Grossbritannien noch in diesem Jahr «fast unmöglich» sei. Für Johnson, der die EU damit in den Verhand-



lungen über die künftige Beziehung unter Druck setzen wollte, ist das ein schwerer Rückschlag.

Nachdem die Amerikaner in Gesprächen mit Truss erneut darauf drangen, sogenannte Chlorthühnen und anderes Gen-Food nach Grossbritannien einführen zu können, war die Aufregung in London gross. Die Handelsministerin sah sich gezwungen, einen Brief an die Abgeordneten im Unterhaus zu schreiben, in dem sie klarstellte, dass Grossbritanniens Lebensmittelstandards nicht absinken werde. Das bedeutet für Washington: Dann wird es eben so schnell nichts mit einem Freihandelsvertrag.

Truss will sich dennoch nicht entmutigen lassen. Sie bezeichnet sich selbst als «Disruptor-in-Chief», also eine Spitzenpolitikerin, die bewusst etablierte Strukturen einreiss. Schon als

junge Frau rebellierte sie gegen ihr linkes Elternhaus und trat der Konservativen Partei bei.

Elizabeth Mary Truss wurde 1975 in Leeds geboren, studierte in Oxford und arbeitete danach bei einem liberalen Think Tank. Seit 2010 vertritt sie den Wahlkreis South West Norfolk im Unterhaus, zwei Jahre später wurde sie Staatssekretärin, dann Ministerin. Die 44-Jährige war bereits für Umwelt, Justiz und Finanzen zuständig.

Laut «Financial Times» muss Truss aufpassen, dass ihrem Ressort nicht das gleiche Schicksal widerfährt wie dem Entwicklungshilfeministerium: Der Premier hat dieses Kurzerhand abgeschafft. Wie es aussieht, muss Liz Truss jetzt an zwei Fronten kämpfen: zu Hause mit Johnson und weltweit mit neuen Handelspartnern für ein Königreich nach dem Brexit.

Leserbriefe

Kampf um Passagiere Swiss verschleudert Umsteigeflüge, TA v. 23. 6.

Analyse richtig – Folgerung falsch
Konrad Staehelin analysiert zwar korrekt, dass die Swiss dank Umsteigerbeziehungen ab Zürich statt nur fünf 25 direkte Interkontinentalverbindungen rentabel anbieten kann. Bei der Folgerung tappt er aber in eine Falle, in die zahlreiche Beobachter der Aviatik tappen. Er reduziert den Nutzen von Umsteigerpassagieren auf den ökonomischen Erfolg der Airline. Dabei hat Staehelin den Schlüssel zur ökonomisch korrekten Einordnung des Umsteigerverkehrs selbst genannt: Dank der Umsteigerpassagiere stehen ab Zürich nicht nur fünf, sondern eben 25 regelmässig bediente Interkontinentalverbindungen zur Verfügung, mindestens fünfmal wöchentlich, hin und zurück. Das ist für die Schweizer Wirtschaft sowie für Forschung und Wissenschaft zentral. Ohne diese Leistung litte deren internationale Konkurrenzfähigkeit massiv und damit auch der Wohlstand unseres kleinen, aussenhandelsabhängigen Landes, dessen einzige natürliche Ressource die Innovationskraft von Unternehmen und Forschung ist.

Dr. Thomas O. Koller
Vizepräsident Komitee Weltoffenes Zürich

Starke Umweltbelastung
Solche Umsteigeflüge müssten verboten werden. Es kann nicht sein, dass diese günstiger sind als die Direktflüge. Durch die Zwischenlandungen wird die Umwelt stark belastet. Die Politik ist gefordert. Es gibt keine Gründe, dies zuzulassen.

Marcel Tanner, Bassersdorf

Schreiben Sie Ihre Meinung

E-Mail: leserforum@tages-anzeiger.ch

Gastbeitrag

Die Schweizer Parteien emanzipieren sich von der Religion

Roman Weissen*

Die Zugehörigkeit zu einer Konfession spielt im politischen Leben eine immer kleinere Rolle. Selbst in den ausgeprägt katholischen Kantonen sind längst mehr oder weniger alle im Eidgenössischen Parlament vertretenen Parteien aktiv. Die Freiheit der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Religion wie auch die Wahl einer Partei ist damit gegeben.

Es ist deshalb in jeder Hinsicht nachvollziehbar, dass sich sogar die Christlichdemokratische Volkspartei (CVP) mit der Frage befasst, das C mit seiner zentralen Bedeutung aus dem Parteinamen zu streichen, wie das Präsident Gerhard Pfister am Wochenende wieder betont hat. Aber: Die CVP bleibt auch ohne C im Namen christlichen Werten verpflichtet, ob sie nun künftig Neue Mitte oder Die Mitte heissen wird.

Das gilt übrigens auch für alle anderen Parteien. Der geplante Namenswechsel macht nur deutlich, dass Neutralität in Fragen der Religion und Respekt gegenüber den persönlichen Überzeugungen des Individuums heute bei uns selbstverständlich sind. Die religiöse Emanzipation der Schweizer Volksparteien ist keine Abkehr von christlichen Werten.

Unsere offene Gesellschaft stellt sich in ihrer säkularen Einstellung keineswegs gegen das Christentum. Religionen, insbesondere das Christentum, sind in der Schweiz nach wie vor wichtig und richtig für die Vermittlung von moralischen Vorstellungen und ethischen Normen, die für ein friedliches Miteinander der Menschen unabdingbar sind. Der Religionsdialog und damit die Förderung des Reli-



Parteipräsident Gerhard Pfister (Mitte) will das christliche hohe C der CVP fallen lassen. Foto: Peter Schneider (Keystone)

gionsfriedens sind dabei gerade heute wichtiger denn je. Unser Land spielt in dieser Hinsicht eine zentrale Rolle. Die neutrale Schweiz mit ihrer aktuellen Parteienstruktur ist sich der Herausforderung bewusst. Es geht darum, sich im In- und Ausland gemeinsam und über alle religiösen, partei- und nationalpolitischen Grenzen und Interessen hinweg für den Frieden und das Wohl der Menschen in der globalen Welt einzusetzen.

Die in den eidgenössischen und kantonalen Parlamenten vertretenen Parteien sind im Rahmen offen für alle Bürgerinnen und Bürger, die am «globalen Tempel der Humanität» im In- und Ausland mitarbeiten. Im 21. Jahrhundert finden in der Schweiz Frauen und Männer in jeder Volkspartei Heimat: Christen, Juden, Muslime, Buddhisten, Hindus, Agnostiker, ohne Unterschied von sozialer Stellung und Wurzeln in anderen Nationen. Ge-

meinsam ist allen, dass sie unsere Verfassung mit den Werten von Toleranz, Demokratie und Menschenrechten bejahen.

Religionen haben einen anderen Auftrag: Sie sind wichtige soziale Institutionen, die ihren Anhängern und Mitgliedern unabhängig einer Parteizugehörigkeit Heilsgewissheit, Zuversicht und Trost bringen. Es bleibt dem einzelnen Bürger überlassen, ob er als Parteimitglied, welcher Schweizer Partei auch immer, bei seinem religiösen Verständnis den «Gott» der Katholiken oder Protestanten versteht oder den «Gott» der Muslime meint oder welcher universellen Gottheit auch immer.

Primär geht es um die Achtung des Menschen, für eine Würde, die allen Menschen unabhängig von Alter, Geschlecht, Ethnie, Religion, gesellschaftlichem Status oder Leistungsfä-

higkeit zukommt. SVP, CVP, FDP, SP und wie wohl auch das Gros der anderen Schweizer Parteien setzen auf die Eigenverantwortung als Grundlage der Freiheit jedes Einzelnen.

Diese Grundlage bedeutet ein solidarisches, nachhaltiges und verantwortliches Mitwirken in der Schweiz und an einer friedlichen Weltgemeinschaft. Im säkularen Zeitalter des Miteinanders gelten für die Politik zunehmend gelebte Werte als Leitplanken. Religionen und Politik nehmen ihre Verantwortlichkeit getrennt wahr.



* Roman Weissen
Ehemaliger Walliser
CVP/CSP-Grossrat

Tages-Anzeiger

Herausgeberin Tamedia Publikationen
Deutschschweiz AG Werderstrasse 21, 8004 Zürich, Tel. 044 248 44 11
Leserschaft: 361'000 Personen (MACH Basis 2020-1)
Verbreitete Auflage: 130'957 Ex. (WEMF 2019)
Davon verkaufte Exemplare: 112'457 Ex.
Jahresabonnent: CHF 576 –
Weitere Abonnements-Angebote auf abo.tagesanzeiger.ch
Verleger Pietro Supino
Chefredaktion Tages-Anzeiger Judith Wittwer (jw),
Chefredaktorin

Chefredaktion Redaktion Tamedia Arthur Rütishauser, Chefredaktor (ar), Adrian Zurbruggen, Stv. (azu), Armin Müller (arm), Iwan Städler (is), Michael Mari (MMA) **Nachrichtenchefs** Angela Barandun (aba), Matthias Chapman (cpm), Patrick Kühnis (pak), Thomas Möckli (mö)
Ressortleitende
Meinungen: Edgar Schuler (ese), **Schweiz:** Raphaela Birrer (rb), Fabian Renz (fre), **International:** Christof Mürger (chm), **Wirtschaft:** Peter Burkhardt (pbu), **Recherchedesk:** Thomas Knellwolf (tok), Oliver Zihlmann (oz), **Kehrseite:** Bea Emmenegger (bem), **Zürich Politik & Wirtschaft:** Mario Stäuble (ms), **Zürich Stadtleben:** Priska Amslutz (pam), **Sport:**

Ueli Kägi (ukä), Adrian Ruch (ar), Alexandra Stäuble (als), **Kultur:** Guido Kalberer (kal), **Gesellschaft:** Bettina Weber (bwe), **Service:** Giuseppe Wüest (wü), **Wissen:** Nik Walter (nw), **Digital Storytelling & Repackaging:** Marc Brupbacher (bru), **Video:** Jan Derrer (jd), **Social Media:** Mathias Möller (mmo) ad interim, **Datenjournalismus:** Dominik Balmer
Leitung Tamedia Editorial Services Viviane Joyce (vj)
Ressortleitende Tamedia Editorial Services
Textproduktion Bezahlmitteln: Raphael Diethelm, **Layout:** Andrea Müller, **Bild:** Olaf Hille, **Infografik:** Michael Rüegg, **Korrektorat:** Rita Frommenwiler
Verlag Verlagsleitung: Marcel Tappeiner, **Produktmanagement:** Gabi Weltstein, **Leitung Werbemarkt:**

Oliver Pargäzli, **Verkaufsleitung Schweiz:** Yves Heutschi.
Umbudsmann der Tamedia AG Ignaz Staub, Postfach 837, CH-6330 Cham 1, ombudsmann.tamedia@bluewin.ch
Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der Tamedia Publikationen
Deutschschweiz AG i.S.v. Art. 322 StGB: DZZ Druckzentrum Zürich AG, Goldbach Publishing AG, LZ Linth Zeitung AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia ZHR AG, Zürcher Oberland Medien AG
Neben den klassischen Formen von Werbung erscheinen in den Medien von Tamedia zwei Formen von Inhaltswerbung:
Paid Post: Im Zentrum steht in der Regel das Produkt oder die Dienstleistung des Werbekunden. Die Erscheinungsform hebt sich vom Layout des Tragetextes ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet.

Sponsoring: Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Tragetextes identisch und wird mit «Sponsoring» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbeformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.
In Zusammenarbeit mit der «Süddeutschen Zeitung»
Eine Marke von Tamedia
 LENA LEADING EUROPEAN – NEWSPAPER ALLIANCE